



## **B3-171 Percepción de servicios ecosistémicos (SE) en dos mercados campesinos agroecológicos en Tuluá (Valle del Cauca, Colombia).**

Diego Iván Ángel Sánchez, Luisa Fernanda Sánchez Cárdenas; Marina Sánchez de Prager

Universidad Nacional de Colombia Sede Palmira.

[dangels@unal.edu.co](mailto:dangels@unal.edu.co), [lufsanchezca@unal.edu.co](mailto:lufsanchezca@unal.edu.co), [msanchezpr@unal.edu.co](mailto:msanchezpr@unal.edu.co),  
[redmercadosagroecologicos@gmail.com](mailto:redmercadosagroecologicos@gmail.com)

### **Resumen**

Con respecto a la producción agropecuaria, aquellos agroecosistemas en que mejor se manifiestan estos servicios son aquellos cuyo diseño, estructura y manejo toma como base a los sistemas naturales, como ocurre en la agricultura ecológica y especialmente la practicada por las comunidades campesinas (Altieri & Toledo, 2011). En el Valle del Cauca, la agricultura ecológica campesina está asociada a la Red de Mercados agroecológicos Campesinos (REDMAC), el cual está constituido por 12 diferentes mercados ubicados en todo el departamento del Valle, representando 60 asociaciones y 300 familias. Los consumidores y los campesinos que participan de estos mercados, perciben el aporte de la agricultura ecológica, en términos de los alimentos sanos que se ofertan semanalmente, pero desconocen casi siempre, otros servicios ecosistémicos generados en las fincas. Esta experiencia desarrollada en el marco de un Proyecto Extensión Solidaria, se propuso determinar la validez de lo afirmado anteriormente al indagar con campesinos y consumidores, la percepción tanto del concepto de SE, como de sus diferentes manifestaciones. Los resultados mostraron en ambos casos que la hipótesis planteada era cierta y existe un desconocimiento generalizado del concepto y en algunas ocasiones se confunde con el de servicios ambientales aunque se identifican mediante variados e importantes ejemplos.

**Palabras claves:** servicios ecosistémicos, fincas agroecológicas campesinas, percepción, consumidor, sociedad.

### **Descripción de la experiencia**

La experiencia se desarrolló en 2014 y con mayor énfasis en los tres primeros meses de los doce que duró el proyecto marco de Extensión Solidaria: "Fortalecimiento y visibilización de los Servicios Ecosistémicos generados por los campesinos que hacen parte de la Red de Mercados Agroecológicos del Valle del Cauca", con participación de agricultores de la Red de Mercados Agroecológicos campesinos (REDMAC), estudiantes y profesores del grupo de Investigación en Agroecología de la Universidad Nacional de Colombia "Sede Palmira".

Una vez socializado el proyecto en la asamblea de representantes de mercados que hacen parte de la Red, se decidió con ayuda de ellos en cuáles se haría la evaluación de la percepción de servicios ecosistémicos (SE). Los mercados seleccionados en función de su tradición y fidelidad de los amigos consumidores se localizaron en el Municipio de Tuluá, centro del Departamento del Valle del Cauca y sus principales características son:

1. Mercado Ecológico Campesino del Centro del Valle (MCV), inaugurado hace siete años, ubicado en el Parque Infantil Julia Escarpeta, su horario de atención son los sábados de 5:30am a 11:00am. Se estiman alrededor de unos 200 clientes por día, y lo atienden 10 agricultores.



2. Mercacentro (MeC): Mercado de tipo mixto (convencional- agroecológico), abierto hace 14 años al público, ubicado en Secretaría de Agricultura y Medio Ambiente del municipio, SEDAMA, su horario de atención son los viernes de 2:00pm a 7:00pm. Se estiman alrededor de unos 200 clientes agroecológicos por día, y el componente agroecológico está representado por 6 agricultores.

La determinación de la percepción se realizó mediante la aplicación de herramientas de investigación social: la encuesta y la entrevista, las cuales tuvieron como base un cuestionario diseñado específicamente para agricultores y consumidores. En el primer caso se aplicó aprovechando los espacios propiciados dentro del proyecto de extensión, las visitas a fincas o en los mismos mercados. Para el segundo siempre el espacio fueron los mercados en los días en que respectivamente se llevaban a cabo. Los resultados fueron sistematizados y analizados mediante el programa EXCEL 2013.

### **Resultados y Análisis**

El concepto de los servicios ecosistémicos (SE) son beneficios generados por los ecosistemas, a través, de sus diferentes funciones y procesos los cuales contribuyen al bienestar de la sociedad y del planeta agrupándose en tres categorías: aprovisionamiento, culturales y de soporte (MEA, 2005), con este criterio se analizó la información percibida por los campesinos agricultores y consumidores.

La percepción es entendida para esta experiencia desde el ámbito ambiental y se define como “la forma en que cada individuo aprecia y valora su entorno, e influye de manera importante en la toma de decisiones del ser humano sobre el ambiente que lo rodea” y en este contexto se interpretan las respuestas dadas por campesinos y consumidores.

Para los primeros las preguntas tendientes a conocer su percepción sobre los S.E. se dividieron en 5 partes: tradición en la producción agroecológica, beneficios de la práctica de la agricultura ecológica en su finca, importancia de los recursos naturales, saberes y conocimientos agroecológicos y definición del concepto de servicios ecosistémicos.

#### *Percepción de S.E por los campesinos*

El tiempo durante el cual los campesinos han practicado la agricultura ecológica es importante para entender su percepción de los servicios ecosistémicos y también como los diferentes tipos de estos se manifiestan en sus fincas.

Para los campesinos encuestados, los resultados mostraron que en los dos mercados con que se trabajó la mayoría (58.3%) llevan más de 10 años en esta agricultura y de estos cerca del 17% han estado vinculados por más de 30 años.

En relación con la manifestación de los S.E, según sus respuestas en cuanto a los insectos y enfermedades que atacan los cultivos, estos han disminuido en un 69% mientras el 31% restante indica que dichos ataques han permanecido igual. Ellos explicaron sus respuestas en función del control biológico debido a la diversidad de cultivos y la alelopatía.

En cuanto al recurso suelo se halló que para ellos su trabajo en la agricultura ecológica ha contribuido a la construcción de un suelo fértil (53%) y el 47% expresa que aportan a su conservación. Algunas de las razones de lo anterior son el uso de abonos verdes y orgánicos y el buen manejo que dan a la capa vegetal, la hojarasca y la materia orgánica.



En cuanto a la regulación del agua en sus terrenos expresado en la captura y conservación de humedad en el suelo, el 57% de los agricultores dicen que a través del tiempo ha aumentado y el 43% que se ha conservado, justificando esto por su manejo bajo labranza mínima, los árboles que dan sombra y por la cobertura vegetal permanente.

La conservación de nacimientos de agua fue otro aspecto indagado, encontrándose que el 55% de los campesinos respondieron no tener nacimiento de agua en su finca, el resto 45% respondieron que sí destacando que era de muy buena calidad para el consumo humano y animal.

El papel de las fincas como espacio de conservación de agrobiodiversidad y hábitat para especies vegetales y animales silvestres fue uno de los aspectos preguntados en la encuestas, destacando los campesinos al momento de hacerlas, la gran importancia que tienen sus predios al respecto. En relación con los animales silvestres se mencionaron un promedio de 50 especies, entre las que ellos destacan algunas, porque ya no son comunes en la región y menos en fincas vecinas donde se practica la agricultura convencional: Iguazas (*Dendrocygna autumnalis*), guacharacas (*Ortalis ruficauda*), ardillas (*Sciurus vulgaris*), venado (*Cervidae sp*), guatín (*Dasyprocta sp*), zorro gris (*Urocyon cinereoargenteu*), pechirrojo (*Erithacus rubecula*), perdices (*Nothura maculosa*), perro de monte (*Speothos venaticus*), oso hormiguero (*Myrmecophaga tridactyla*), tucán (*Ramphastos tucanus*), oso perezoso (*Melursus ursinus*), entre otros.

El 100% de los agricultores considera que en su finca se respira un aire puro e igualmente en este mismo porcentaje ellos dicen que sus fincas aportan a mejorar el clima.

En relación con lo espiritual y familiar, todos ellos destacan el papel de las fincas enriqueciendo y conservando estos aspectos, porque en ellas encuentran un ambiente diferente, se siente tranquilidad, se cultiva espiritualmente, se crece en valores con armonía y porque se preserva la memoria tradicional.

Finalmente al preguntárseles específicamente sobre el concepto de Servicios Ecosistémicos, tienden a confundirlo con el de servicios ambientales definiéndolos ambos más mediante ejemplos como se mencionó anteriormente. Así el 30,8% tiene idea de lo que son y lo relacionan en la finca con los componentes agua, suelo, oxígeno, fauna y flora, el resto (69,2%) manifiesta no saber sobre este concepto y por lo tanto no responden.

#### *Percepción de S.E por los consumidores*

Respecto al consumidor la encuesta realizada abordó 5 aspectos con el fin de conocer su percepción sobre los S.E., ellos fueron: Fidelidad del consumidor al mercado, conocimiento de la agricultura ecológica, otros aportes de las fincas agroecológicas campesinas, concepto de Servicios Ecosistémicos y Ambientales.

Las respuestas en cuanto a la periodicidad en que se asiste a los mercados, mostro que en promedio el 90%, lo hacen cada 8 días correspondiendo a el lapso de tiempo en que estos se llevan a cabo. Los consumidores en su mayoría proceden de sitios cercanos a los mercados viviendo en promedio un 76% a una distancia no mayor a 2 km.

En cuanto al conocimiento de la importancia de los alimentos agroecológicos y de los agricultores que las producen, los consumidores relacionan lo primero con aquellos que no tienen agroquímicos (71,5% en promedio), algunos complementan añadiendo que son procesados naturalmente (18,5 %), mientras otras respuestas, se refieren a que son



productos sanos (5,5 %) y en el mercado del centro del Valle mencionan que son nutritivos y que no provienen de semillas transgénicas.

Para los consumidores otros aportes que hacen las fincas y mercados agroecológicos campesinas abarcan la protección del medio ambiente (47%), el 13% dice que enseña porque en el momento de la compra los agricultores comparten los beneficios o recetas que le brinda el producto, un 7% se refiere a la generación de empleo en las zonas rurales y en igual proporción están los que dicen que fortalecen la consciencia campesina y el arraigo al campo y ofrecen salud por los alimentos que producen. El porcentaje restante no da respuesta a esta pregunta.

Al indagarse sobre el conocimiento que tenían del concepto de servicios ambientales y ecosistémicos los resultados mostraron para el primero que un alto porcentaje (93% en promedio) de los consumidores de ambos mercados respondieron que no sabían ni reconocían el concepto de Servicios ambientales, solo un 7% dijo que sí y lo expresaron mediante algunos ejemplos como el cuidado a los ríos, la no tala de árboles, protección de la naturaleza y la realización de prácticas que mitigan el cambio climático, entre otras. Para el concepto de Servicios ecosistémicos la totalidad respondieron que no lo conocían.

### **Aportes de la experiencia**

Los resultados en conjunto, mostraron que tanto a nivel de consumidores como de campesinos ecológicos existe desconocimiento del concepto SE y en algunas ocasiones, se confunde con servicios ambientales.

Campesinos y consumidores mencionan ejemplos diversos e importantes de otras contribuciones de la agricultura ecológica campesina a la sociedad pero no las identifican como servicios ecosistémicos al desconocer el concepto.

Con la información obtenida en esta etapa y en el marco del proyecto de Extensión solidaria referenciado, se implementó una metodología, dirigida a los campesinos para la apropiación del concepto de SE y correspondiente reconocimiento en sus propias parcelas, la cual una vez aplicada se espera sirva de base para que los mismos campesinos sean los encargados de visibilizar y sensibilizar a los amigos consumidores respecto a los S.E. que generan en sus fincas.

En la medida que los agricultores de la Red de mercados, se apropie del concepto y lenguaje de los S.E. y reconozca aquellos que generan sus fincas, además de manejar los argumentos para el diálogo con los consumidores, avancen en su empoderamiento alrededor de este tema y en la posibilidad de gestionar la construcción de tejido social agricultor- consumidor, que les permita influir directa y/o indirectamente en la creación de políticas públicas de apoyo a la agricultura ecológica y a la sostenibilidad económica de los campesinos que han hecho de ella su forma de vida.

### **Referencias bibliográficas**

- Altieri, M. & V.M. Toledo. (2011) The agroecological revolution of Latin America: rescuing nature, securing food sovereignty and empowering peasants. *The Journal of Peasant Studies* Vol. 38, No. 3, July 2011, 587–612pp.
- Evaluación ecosistémica del Milenio MEA. (2005) *Ecosystems and Human Well-Being: Synthesis*. Island Press, Washington. 155pp.
- Fernández, Y. (2008). *Espiral, Estudios sobre Estado y Sociedad*. Vol. XV No. 43



- Gali, JM & FM Bels, K Peattie. (2013) Marketing de sostenibilidad. Una perspectiva global. Editorial Profit. España.
- Sánchez de Prager M & DI Ángel (2013) Fortalecimiento y visibilización de los Servicios Ecosistémicos generados por los campesinos que hacen parte de la Red de Mercados Agroecológicos del Valle del Cauca. Proyecto Ganador de la II Convocatoria de Extensión Solidaria. Universidad Nacional de Colombia Sede Palmira, Colombia.